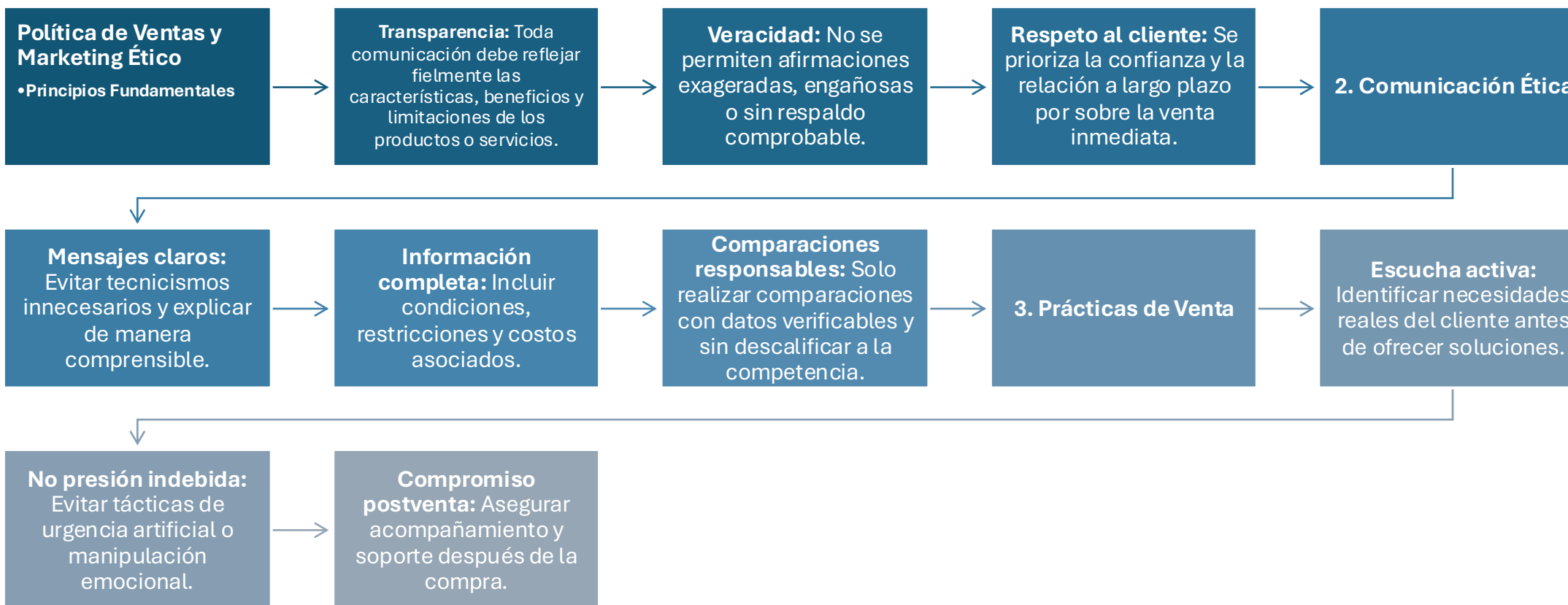


Política de Ventas y Marketing Ético

Cómo comunicamos y vendemos con veracidad

Principio	Práctica Concreta
Transparencia	Comunicar características, beneficios y limitaciones de forma clara y completa.
Veracidad	Evitar afirmaciones exageradas o sin respaldo comprobable.
Respeto al cliente	Priorizar relaciones de confianza a largo plazo sobre la venta inmediata.
Mensajes claros	Usar lenguaje comprensible, evitando tecnicismos innecesarios.
Información completa	Incluir condiciones, restricciones y costos asociados.
Comparaciones responsables	Basarse en datos verificables sin descalificar a la competencia.
Escucha activa	Identificar necesidades reales antes de ofrecer soluciones.
No presión indebida	Evitar tácticas de urgencia artificial o manipulación emocional.
Compromiso postventa	Garantizar acompañamiento y soporte después de la compra.
Publicidad honesta	Campañas basadas en hechos comprobables.
Uso ético de datos	Respetar privacidad y consentimiento del cliente.
Inclusión y respeto	Evitar mensajes discriminatorios o estereotipos negativos.
Capacitación continua	Formación en ética comercial para todo el equipo.
Canales de denuncia	Espacios seguros para reportar prácticas contrarias a la política.
Evaluación periódica	Revisar campañas y procesos de venta para asegurar alineación con los principios.



4. Marketing Responsable

Publicidad honesta:
Las campañas deben basarse en hechos comprobables.

Uso ético de datos:
Respetar la privacidad y utilizar información del cliente solo con consentimiento.

Inclusión y respeto:
Evitar mensajes discriminatorios o que refuercen estereotipos negativos.

5. Supervisión y Cumplimiento

Capacitación continua: Formación en ética comercial para todo el equipo.

Canales de denuncia:
Espacios seguros para reportar prácticas contrarias a la política.

Evaluación periódica:
Revisar campañas y procesos de venta para asegurar alineación con los principios.

Esta política puede presentarse como parte del manual corporativo o como un código de conducta comercial para el equipo de ventas y marketing.

Elemento	Detalle
Responsable del programa	Oficial de Cumplimiento designado. Supervisa políticas, reporta a Gerencia y Directorio, coordina capacitaciones y actúa como enlace con reguladores.
Frecuencia de controles	- Mensuales: revisión de operaciones críticas. - Trimestrales: auditorías internas. - Anuales: evaluación integral y actualización de políticas. - Extraordinarios: ante alertas, denuncias o cambios regulatorios.
Registro de actividades	Bitácora digital centralizada (ej. SharePoint/OneDrive). Incluye fecha, responsable, hallazgos, acciones correctivas y evidencias documentales. Acceso restringido para trazabilidad y confidencialidad.
Indicadores / Seguimiento	- % de controles realizados vs. planificados. - Nº de hallazgos críticos. - Tiempo promedio de resolución. - % de asistencia a capacitaciones. Seguimiento con reportes trimestrales, dashboard visual y revisión anual.

